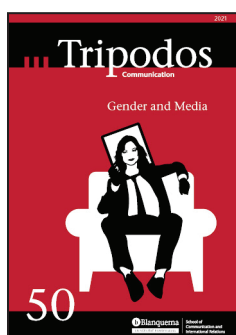


Revista de revistas

Tripodos. Gender and media

Barcelona: Blanquerna - Universidad Ramon Llull
Número 50, julio de 2021
ISSN papel: 1183-3305, ISSN electrónico: 2340-5007

Tripodos celebra los 50 números con la incorporación al consejo editorial de las figuras de edición de género y de edición juvenil. El objetivo de esta iniciativa es asegurar que el contenido publicado tenga una perspectiva de género, evite los estereotipos sexistas y la infrarrepresentación de las mujeres en los medios y, también, que las personas investigadoras jóvenes estén representadas en la publicación.



En esta línea, este número profundiza en la intersección del género con la comunicación y la tecnología. La revista abarca en varios artículos la identidad de género, los comportamientos y la representación de mujeres y hombres en los medios y las redes sociales. En este sentido, el estudio de Marta Mensa y Tao Deng examina cómo retratan a las mujeres en Instagram, tanto las marcas de lujo del mundo de la moda como las etiquetas del público en las redes. La investigación de Dafne Calvo, Eva Campos e Iris Simon confirma que las técnicas de automatización y los flujos contradictorios de potencia son elementos críticos para entender el potencial real de las redes sociales para el cambio social feminista, mientras que la investigación de Zeynep Gültekin-Akçay muestra cómo la representación del discurso dominante en la televisión afecta a las percepciones de los niños sobre la masculinidad y la feminidad.

La revista también incluye artículos sobre la representación de la identidad de género y la violencia machista en países concretos mediante el espacio cinematográfico, el arte urbano o la publicidad.

Disponible [aquí](#).

Comunicar: Participación ciudadana en la esfera digital

Huelva: Universidad de Huelva
Número 69, octubre de 2021
ISSN papel 1134-3478, ISSN electrónico: 1988-3293

Las profundas transformaciones de las tecnologías digitales y la participación social protagonizan este número de *Comunicar*, que aborda su relación no solo en el ámbito de la comunicación, sino también en el de la educación y en el de los procesos políticos. La publicación enfatiza sobre cómo las realidades digitales, en la época de la pandemia del coronavirus, han redefinido e impulsado la participación de la ciudadanía en su papel como consumidora y productora de contenidos y su interacción masiva en la red. En este sentido, la revista reúne cinco trabajos que analizan de qué manera las innovaciones tecnológicas han creado oportunidades y espacios que están afectando a la realidad política y social y que han reformulado el compromiso cívico en línea.



El primer artículo, "COVID-19 en YouTube: Debates y polarización en la esfera digital", de Óscar Luengo, Javier García Marín y Emiliana de Blasio, presenta un análisis de la deliberación observada en esta plataforma de intercambio de vídeos sobre la Covid-19 en Italia, España y Reino Unido; mientras que "Participación ciudadana en Twitter: polémicas anti-vacunas en tiempos de COVID-19" de Rafael Carrasco, Miguel Ángel Martín y Ernesto Villar, examina el grado en el que las interacciones del público en Twitter son favorables o desfavorables hacia las principales vacunas contra la Covid-19.

Finalmente, los textos "Participación infantil, política local y entorno digital: visiones y usos en municipios españoles" de Ana María Novella, Clara Romero, Héctor S. Melero y Elena Noguera; "Medios digitales y prácticas políticas universitarias en la esfera pública" de Ana Laura Maltos, Francisco Javier Martínez y Oscar Mario Miranda, y "Convalores del ethos digital percibido por futuros formadores" de Paula Renés, María J. Hernández, M. C. Caldeiro y Cleofé G. Alvites, se centran en el uso de los medios digitales en el ámbito de la ciudadanía infantil, universitaria y de la futura comunidad docente.

Disponible [aquí](#).

Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura

Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona

Número 64, junio de 2021

ISSN papel: 0211-2175, ISSN electrónico: 2340-5236



La revista *Anàlisi* reflexiona en profundidad sobre la lucha contra la desinformación y su viralidad a través de las redes sociales. El cuaderno trata la cuestión de las noticias falsas desde una perspectiva multidisciplinar, en la que convergen teorías de la información, informática, estadística e ingeniería de sistemas. También da luz al nuevo escenario del *deepfake* o hipertrucaje, que puede amenazar la privacidad e incrementar los riesgos derivados de las suplantaciones de identidad.

Para profundizar en esta investigación, los artículos analizan varios ejemplos. Concretamente, Antonio M. Bañón utiliza la comedia política *Yes Minister* (BBC, 1980-1984) para mostrar que el diálogo irónico entre personajes es una poderosa herramienta crítica de desinformación política, que se adapta bien a la política habitual de YouTube; Marga Cabrera, Rodrigo Cisternas, Alberto López y Rebeca Díez estudian las publicaciones en Instagram de los candidatos presidenciales de cuatro países latinoamericanos con elecciones en 2021 para identificar qué parte del discurso estaba relacionada con el control de la pandemia desde una perspectiva multimodal; José Gamir, Raquel Tarullo y Miguel Ibáñez abordan la construcción de la imagen a través de la desinformación en Internet a partir de 161 bulos de carácter racista, xenófobo o islamófobo desmentidos en 2020 por los cuatro medios españoles de verificación de información acreditados por la *International Fact-Checking Network*: *Maldita.es*, *Newtral*, *Efe Verifica* y *Verificat*; Nadia Alonso, Pavel Sidorenko y Fábio Giacomelli analizan la narrativa de la desinformación a través de la publicación en TikTok de cuatro países con idiosincrasias y realidades nacionales diferentes (España, Portugal, Brasil y Estados Unidos de América); Lola Bañón conduce su estudio mediante la observación de la cadena Al Jazeera en los procesos de verificación audiovisual de la redacción tradicional en la estructura en la nube, y finalmente, Francisco J. García aborda la tecnología, las posibilidades y los riesgos del *deepfake*.

Disponible [aquí](#).

Ámbitos. Revista internacional de comunicación

Sevilla: Universidad de Sevilla.

Número 53, edición verano de 2021

ISSN papel: 1139-1979, ISSN electrónico: 1988-5733

El foco de investigación de este número de la revista *Ámbitos* se centra en Instagram, una de las redes sociales de comunicación masiva con mayor crecimiento, influencia y potencial social en la actualidad. La publicación presenta una serie de artículos con aproximaciones metodológicas y temáticas variadas para conocer hacia dónde se dirige esta red y su público usuario, que si bien comenzó siendo eminentemente joven, no profesional y que valoraba principalmente la imagen, ha incorporado a un público adulto, profesional, *influencers*, partidos políticos, empresas, científicos, académicos, instituciones, etc.

El monográfico abre con unos estudios de caso para establecer de qué manera las editoriales utilizan Instagram para promover e influenciar el mercado del libro; para analizar cómo el personal sanitario utilizó, durante las dos primeras semanas de confinamiento por la COVID-19, las herramientas que ofrece la plataforma para conseguir más repercusión entre sus audiencias, o cómo los *hashtags* se convierten en una forma de gestión de contenido, que justifica su uso como representación de información que se puede beneficiar de las técnicas de indexación.

Finalmente, el monográfico incluye artículos para examinar el impacto que Instagram ejerce en las emociones, el *marketing* social, la publicidad, la veracidad de la información, el tratamiento informativo y los medios de comunicación.

Disponible [aquí](#).



Internacional Journal of Communication

California: University of Southern California (USC)

Volumen 15, 2020

ISSN: 1932-8036



La revista *International Journal of Communication* (IJOC) abre su 15.º volumen con una amplia selección miscelánea con contribuciones de personas expertas sobre temas diversos, como la ética periodística y el discurso de odio, el sensacionalismo, los estereotipos, las migraciones o las políticas públicas.

Con un foco especial en el creciente campo de una de las aplicaciones de las redes sociales que permite la recreación de vídeos cortos y populares con facilidad, especialmente entre los jóvenes, la revista dedica una sección especial al fenómeno social TikTok. A lo largo de análisis cuantitativos de contenidos y de una serie de casos cualitativos, se ofrece una visión de los marcos emergentes, enfoques, metodologías y aplicaciones de la plataforma, y se hace énfasis en el análisis de los aspectos sociales y del contexto cultural en el que surgió; la propiedad, gobernanza y gestión; su contenido y cultura digital juvenil; y su popularidad durante la pandemia de la Covid-19.

La última parte de la publicación presenta varios artículos sobre infraestructuras digitales e inteligentes, y concluye con unos textos sobre el enfoque teórico entre la religión y los medios de comunicación.

Disponible [aquí](#).

Studies in Communication Sciences

University of Zurich

Volumen 21, número 1, junio de 2021

ISSN papel: 1424-4896, ISSN electrónico: 2296-4150



SComS dedica su número de junio al papel de los medios de comunicación en las sociedades democráticas. Concretamente, se centra en la información sobre las perspectivas del público usuario, la visibilidad en la era digital y la responsabilidad social de la prensa, y la relación entre periodistas y audiencia.

La revista está estructurada en tres apartados. La sección general contiene un estudio de Dorothee Arlt con el caso reciente de la iniciativa popular suiza "Sí a una prohibición del velo" que examina las percepciones del público sobre el sesgo mediático; la investigación de Thomas Zerback y Dominique S. Wirz sobre cómo los factores inherentes a los mensajes influyen en las reacciones en emojis de las personas usuarias de Facebook; y el análisis de Nina Wicke y Monika Taddicken para conocer cómo los medios de comunicación cubren la cuestión contemporánea y global del cambio climático. Cierra la sección la contribución de Michael V. Reiss, Noemi Festic, Michael Latz y Tanja Rüedy en relación con la relevancia social de la selección algorítmica. La segunda parte es una sección temática sobre cuestiones de accesibilidad, representación, participación, diversidad y desigualdades; también examina la comunicación científica, los algoritmos, las redes sociales, las aplicaciones de medios locativos, el software libre y los programas de televisión; seguida de unos estudios empíricos destinados a la visibilidad digital de género para señalar las desigualdades, poner de manifiesto la ambivalencia de la participación de las mujeres en los debates en línea, la replicación y el refuerzo de las normas de género a través de la tecnología digital, así como para indicar otras desigualdades relacionadas con la orientación sexual y el nivel socioeconómico.

La última parte se completa con una revisión de libros y dos informes de conferencias para poner de manifiesto cómo la transformación digital también afecta a la propia ciencia de la comunicación.

Disponible [aquí](#).

L'Atalante: Revista de estudios cinematográficos

Valencia: Asociación Cinefórum L'Atalante i El Camarote de Pere Jules

Núm. 32, juliol 2021

ISSN papel: 1885-3730, ISSN electrónico: 2340-6992

La edición número 32 de la revista cinematográfica *L'Atalante* centra su foco en la observación de la imagen de la mujer en el mundo cinematográfico español, atendiendo al perfil femenino con diferentes arquetipos de modernidad, durante el período franquista.

La publicación recoge una serie de artículos con estudios de caso variados para verificar cómo las actrices femeninas transgredían, de manera más o menos explícita, el modelo pasivo, doméstico y servil que dictaba el régimen fascista para las mujeres. La revista también hace una aproximación a las representaciones sociales de la mujer, a las formas de trabajo en la industria, a los abordajes de la historia del cine a partir de las actrices, al análisis estético del trabajo interpretativo y, especialmente, a su papel como portadoras de nuevos modelos de feminidad para el público femenino.

En esta misma línea, la revista se completa con un diálogo de Marga Carnicé Muro y Endika Rey con la actriz Teresa Gimpera en el que se abordan los diferentes roles cinematográficos que encarnó a lo largo de su trayectoria fílmica y su encaje personal dentro de los diferentes tipos de arquetipos a la hora de representar una feminidad libre y moderna.

Disponible [aquí](#).

